

« Le numérique renforcera l'attractivité de la radio »

MÉDIAS Francis Goffin, directeur des radios de la RTBF, prépare le basculement

Francis Goffin

A 58 ans, Francis Goffin est l'un des figures de la radio en Belgique. Il a été à l'origine du lancement de Bel RTL en septembre 1991 et en a fait une « success story » puisque Bel est devenue la première radio généraliste dans le sud du pays. En conflit avec le CEO de RTL, Philippe Delusinne, il quitte le groupe luxembourgeois en 2002 pour passer à la concurrence publique. Bien vite, il tiendra sa revanche. Il lance Vivacité en reprenant les recettes de Bel RTL et en fait un succès.

- La Norvège éteint ses premiers émetteurs FM ce mercredi.
- La radio numérique débarque chez nous dans un an.
- La promotion de celle-ci débutera au Salon de l'auto.

ENTRETIEN

C'est une date historique pour la radio. Ce mercredi, la Norvège commence à débrancher ses émetteurs FM. Dans quelques jours, les habitants de la région de Bodo dans le nord de la Norvège ne capteront plus que la radio numérique. Le reste du pays suivra dans les mois à venir. C'est la première fois qu'un pays décide de tourner définitivement le dos à une technologie qui a fait les belles heures de ce média. Infatigable promoteur de la radio numérique en Belgique, Francis Goffin, directeur des radios de la RTBF, a fait le déplacement à Bodo pour assister à cet événement symbolique. L'occasion de revenir avec lui sur l'arrivée de la radio numérique (DAB+) chez nous à partir de 2018 mais aussi d'aborder les gros dossiers de la rentrée : le lancement de Media Z et la réforme de la Première.

La fin de la FM suscite pas mal de mécontentement chez les Norvégiens. Comment allez-vous persuader à partir

de l'année prochaine les Belges d'abandonner leurs vieux récepteurs FM pour les remplacer par une radio compatible avec le DAB+ ?

En Norvège, c'est surtout la voiture qui pose problème. Il y a encore quelques millions d'autos qui ne sont pas équipées. C'est pourquoi, dès cette année, l'association Maradio.be (qui regroupe les radios publiques et privées) va rencontrer les importateurs afin de leur demander d'installer sur les voitures des autoradios compatibles DAB+. La semaine prochaine, on tiendra un stand commun avec la VRT au Salon de l'auto en collaboration avec la Febiac (fédération de l'industrie automobile) pour sensibiliser les gens au fait qu'ils doivent demander un autoradio compatible lorsqu'ils achètent une voiture. On va également rencontrer les grands distributeurs d'appareils électroniques afin qu'il y ait une offre suffisante dans les magasins.

Il va falloir mener un gros travail de persuasion auprès du public. Ce sont les radios qui vont s'en charger. Quels montants allez-vous consacrer à la promotion de la radio numérique ?

On va investir 11 millions par an dans des campagnes de communication. Ce chiffre ne vient pas de nulle part. On a regardé ce que les opérateurs télécoms investissaient en publicité chaque année et on s'est dit qu'on voulait faire autant de « bruit » qu'eux car c'est une mutation technologique similaire à celle qu'ils ont effectuée.

Quels arguments allez-vous mettre en avant ?

Il y en aura trois principalement. Le plus important, c'est l'élargissement de l'offre. Pour l'heure, la bande FM est saturée. Avec le DAB+, il y aura plus de radios (NDLR : 24 contre une douzaine actuellement). Cela permettra de renforcer l'attractivité du média radio et de ralentir son érosion. L'offre FM chez nous n'est pas très riche vu que le spectre est divisé en deux (flamand/francophone). Le second, c'est la stabilité de réception lors des déplacements. Avec le numérique, il n'y aura plus

d'interférences. Le troisième, ce sont les données associées qu'on peut envoyer avec le son (images, textes...).

La RTBF lancera trois nouvelles radios grâce à l'arrivée du numérique. Lesquelles ?

Il y a aura une radio pour la génération Z (18-25 ans). Maintenant que ce projet est bien avancé (voir ci-dessous), on va reprendre nos analyses pour voir ce que l'on va faire avec les deux autres canaux.

Une radio senior ?

Possible. Il y aura aussi une radio musicale thématique.

Où en est le déploiement du réseau DAB+ ?

Le financement a été bouclé l'année dernière. La Région wallonne apporte 5,4 millions sur les 13 millions nécessaires.

La RTBF contribue à hauteur de 2,6. Pour le reste, on louera du matériel et ces frais seront intégrés dans les coûts d'exploitation. Les marchés publics ont été lancés. La construction du réseau débutera au printemps. Il sera pleinement opérationnel fin 2017, début 2018.

N'est-ce pas un peu étrange de miser sur la radio numérique alors que dans quelques années, toutes les voitures seront connectées à l'internet et pourront donc recevoir la radio de cette manière ?

Toutes les études démontrent qu'il faudra encore beaucoup de temps avant que les réseaux internet mobiles puissent avoir les capacités suffisantes pour adresser un programme radio à des millions d'auditeurs en même temps. Le broadcast (diffusion hertzienne) va rester le modèle dominant pendant des années encore. Et puis, depuis les attentats du 22 mars, on a pris conscience de toute la fragilité de ces réseaux IP. ■

Propos recueillis par
MAXIME BIERMÉ
JEAN-FRANÇOIS MUNSTER

Media Z Le pari de la RTBF pour réussir à toucher les jeunes

La première radio numérique de la RTBF sera consacrée à la culture hip-hop. Où en êtes-vous dans ce projet ?

Ce sera bien plus qu'une radio. Media Z - c'est son nom de code actuel - est avant tout un média 360 degrés. La radio ne sera qu'un des débouchés pour tout ce qu'on produira. C'est la première fois qu'on s'inscrit pleinement dans l'esprit du nouveau plan stratégique Vision 2022 qui consiste à ne plus réfléchir par média (télé, radio, web) mais bien d'avoir une approche centrée sur la production de contenu d'abord, sa diffusion sur les différentes plateformes ensuite.

Quelle sera la cible de cette radio ?

La génération Z, c'est-à-dire les 18-25 ans, avec la particularité qu'on veut intégrer tous les publics, y compris donc les Belges d'origine étrangère, les étrangers... Nos études ont montré qu'on touche peu la génération Z et cette catégorie de population. On s'est dit qu'il fallait faire quelque chose de spécifique pour eux. Et qu'est-ce qui rassemble le plus toute cette génération ? C'est la musique et la culture hip-hop au sens large du terme (danse, graphisme, mode...).

Concrètement, cela va rassembler à quoi ?

Tout partira d'une application et d'un site web et non d'une grille radio. Il y aura des vidéos et de l'audio. Du linéaire et du non linéaire (à la demande). Ce sera assez révolutionnaire. On doit absolument intégrer de nouvelles formes d'expression digitale comme l'audio et la vidéo à la demande car la consommation linéaire diminue. En particulier chez les jeunes. Les toucher via la radio n'est plus suffisant puisqu'ils évoluent complètement dans le monde digital. On veut fédérer tous ces publics aujourd'hui disséminés sur la Toile.

A quand le lancement ?

Le projet est toujours en gestation. C'est Thomas Duprel, alias Akro, leader du groupe

Starflam qui est en charge du projet. Nous démarrerons quand nous serons prêts. Ce ne sera pas avant l'été mais je ne peux pas en dire plus.

Quel sera le budget de ce nouveau projet ?

C'est un petit budget. On le fait à enveloppe constante, c'est-à-dire qu'on fait des économies ailleurs pour pouvoir se le permettre.

Depuis des années, La Première se porte mal. Où en sont les travaux de réflexion pour redessiner la grille ?

Cela avance très bien. On a eu besoin de s'arrêter pour souffler un peu, retrouver une certaine sérénité dans les équipes, prendre un nouvel élan... De-

puis fin octobre, on réalise un travail intense. Les changements interviendront au plus tard en septembre mais probablement qu'il y en aura déjà avant. Ne vous attendez pas à un changement de cap éditorial. La Première restera une chaîne d'information, de connaissance et de découverte. C'est plus dans la forme que les choses vont évoluer.

Quelles sont les explications au désamour des auditeurs ?

On a mené des études pour le savoir. Elles disent toutes sortes de choses...

La Première réalise très peu d'audience en Wallonie. Pourquoi est-elle si bruxelloise ?

D'abord je pense qu'elle souffre d'un problème de couverture en Wallonie. Le DAB+ va régler tout ça. Il y a eu aussi un laisser-aller interne et les références culturelles se sont petit à petit bruxello-centrées par mode... Ce sont des éléments sur lesquels il est très difficile d'avoir prise car cela se passe au quotidien.

Réaffirmez-vous votre confiance dans Corinne Boulanger pour porter cette réforme ?

Oui tout à fait. Il y a du travail mais cette relance est possible. France Inter a aussi connu une période difficile et cartonne aujourd'hui. Idem pour Radio Een. ■

Propos recueillis par
J.-F. M, M.B.